

ABSTRACT

The research is aimed to identify and to comprehend the application of operational audits in the assessment of the efficiency and the effectiveness of the marketing function. The scope is all staffs of PT. KAI Daop VIII Surabaya, particularly the commercial manager. The data used is the primary and the secondary data, this research object is PT KAI Daop VIII Surabaya which is engaged in the field of transportation.

This research is descriptive research which is done by using quantitative approach. Data collection techniques has been carried out by using secondary data whereas the data has been obtained from the documentary data that includes the sales of train tickets. The data analysis technique has been carried out by performing observation, interviews and documentation.

The result of the analysis and the problem is the implementation of operational audits in the marketing function experiences disruption in running online ticket sales which is constrained by unstable internet network that has been used by the company in serving sales and online sales available but it does not serve the local economy-class train ticket. The existing problems in the company has made the sale of tickets has not met with the number which has been budgeted by the company, so the revenue decreases.

It can be concluded from the result that the cause of inefficiency and ineffectiveness in the marketing function can be found by using operational audit, i.e.: booking factor for economic class local train ticket which can not be accessed by online and maintenance factor in the internet network that suddenly have trouble. In the process of online ticket sales, the internet which has been used by the company should be improved in order to overcome the inefficiency and the ineffectiveness in the marketing function.

Keywords: operational audit, effectiveness, efficiency and marketing functions.

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan memahami penerapan audit operasional dalam penilaian efisiensi dan efektivitas terhadap fungsi pemasaran. Ruang lingkup yang digunakan dalam penelitian ini adalah staf PT KAI Daop VIII Surabaya khususnya pada bagian manajer komersial. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder dan data primer, objek penelitian ini adalah PT KAI Daop VIII Surabaya yang bertempat di Surabaya, yang bergerak dalam bidang transportasi.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian *deskriptif*, dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan data sekunder, sedangkan data yang digunakan peneliti bersumber data dokumenter yang meliputi penjualan tiket kereta api. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data secara observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Hasil analisis dan permasalahan dalam penelitian ini adalah pelaksanaan audit operasional dalam fungsi pemasaran terdapat gangguan dalam melaksanakan penjualan tiket *online*, yang masih terkendala dengan tidak stabilnya jaringan internet yang digunakan dalam perusahaan dalam melayani penjualan dan penjualan online yang tersedia juga tidak melayani kereta api kelas lokal ekonomi. Dengan adanya kendala yang ada perusahaan mengakibatkan penjualan tiket pada perusahaan belum sesuai dengan yang dianggarkan oleh perusahaan, sehingga pendapatan perusahaan mengalami penurunan.

Dari hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa dengan menggunakan audit operasional dapat diketahui penyebab ketidakefisien dan ketidakefektifan pada fungsi pemasaran yaitu: faktor pemesanan untuk kelas kereta api lokal ekonomi yang belum dapat diakses secara *online*, dan faktor *maintenance* dalam jaringan internet yang tiba-tiba mengalami *trouble*. Dalam proses penjualan tiket online sebaiknya meningkatkan jaringan internet yang digunakan oleh perusahaan agar dapat menanggulangi ketidak efisien dan ketidak efektifan dalam fungsi pemasaran.

Kata-kata kunci : Audit Operasional, Efektifitas, Efisiensi, dan Fungsi Pemasaran